

Az öngyógyszerezés helyzete Magyarországon – szakmai szemmel

Major Csilla¹, dr. Vincze Zoltán¹, dr. Meskó Attiláné¹, dr. Balogh Judit¹ és dr. Németh Erzsébet²

Bevezetés

A lakosság egyre jelentősebb része első – és gyakran egyetlen – állomásként a gyógyszerterápiát keresi fel, ha gyógyszerre, tanácsra van szüksége. Egyre többen az orvos megkerülésével, gyakran a reklámok hatására kezdenek öngyógyításba. Ekkor a gyógyszerész figyelemre, kommunikációjára, tanácsa rendkívül fontossá válik, hiszen ő az egyetlen személy, aki kompetensen beavatkozhat, ha a beteg megfelelő egészségügyi ismeretek híján saját vagy hozzátartozói egészségét veszélyeztető módon használja a hirdetések vagy ismerősök útján megismert készítményeket.

A reklámok rövidke (hozzávetőleg fél percesek), ezért egyetlen szempontból közelítik meg a problémát, egyetlen vonzó „címkével” operálnak: „ez valóban gyorsan hat”, vagy „ortisztítás irritáció nélkül” stb. Ha a betegek figyelmetlenül, egy-egy vonzó „ígéretre” hagyatkozva hozzák meg a döntéseiket, akkor gyakran elfelejtik vagy összekeverik a gyógyszer vagy a gyógytermék nevét, hatását. Mivel a döntések nem elég megfontoltak, ezért könnyen előfordulhat túlértékelés/vagy félregyógyoszerelés, interakció [12].

Az orvos és a gyógyszerész személyisége, kommunikációs készsége a gyógyítás egyik legfőbb eszköze. A jó gyógyszerészben – aki megértő, figyelmes, jól kommunikál, aki saját lelki egészségéért is sokat tett és tesz, illetve üzleti szempontból is sikeres – bíznak a betegek.

Az emberek nem kis része az orvosi vizit előtti öngyógyítási kísérletek helyszínéül könyvel el a patikát, ahol panaszaira szakembertől kaphat tanácsot, gyógyírt. A krónikus betegségben szenvedők és idősebb betegek töredékét, figyelmet és társas kapcsolatok lehetőségét kaphatják a gyógyszerterápiában, ami számukra legalább olyan fontos, mint maga a kiváltott gyógyszer [1].

Emelia P. Amoako és munkatársai kutatásai szerint a betegségek 95%-át először vény nélküli gyógyszerekkel kezelik [3]. A *Family Practice* című angol szakfolyóirat azt is kimutatta, hogy a lakosság inkább a gyógyszerésztől kér tanácsot (61,1%), mint a háziorvosoktól, ha a betegséget nem érzik túl súlyosnak. A felmérés szerint a megkérdezettek 11,3 %-a akkor is a gyógyszerészhez fordul, ha nincs elég ideje várni a háziorvosi találkozóra [4]. Más vizsgálat szerint a lakosság kicsivel több, mint 80%-a olvassa el gyakran a vény nélküli gyógyszerek betegtájékoztatóját, mielőtt alkalmazni kezdené a gyógyszert [7].

Ennek a tanulmánynak elsődleges célja, hogy felmérje a gyógyszerészek viszonyát az öngyógyszerezéshez, illetve vizsgálja, összesítse véleményüket a

Összefoglalás

A tanulmány elsődleges célja, hogy felmérje a gyógyszerészek viszonyát az öngyógyszerezéshez, illetve képet adjon arról, hogy mi a véleményük a vény nélküli gyógyszerek reklámjairól és az ezeket megvásárló emberek ismereteiről, tájékozottságáról. Segít meghatározni, hogyan lehetne jobban támogatni a lakosságot a vény nélküli gyógyszerek kiválasztásánál.

A vizsgálatban adatokat gyűjtöttek Magyarországi gyógyszerterápiában. 6000 kérdőívet osztottak ki két szakmai lap – a Gyógyszerterápia és a Pirulatrend című újságok – segítségével. A kérdőív kérdései 5 témakört öleltek fel:

- vény nélküli gyógyszerek reklámjai,
- öngyógyszerezésre irányuló kérdések,
- beteg–gyógyszerész kommunikáció,
- a betegtájékoztatók hasznosságával foglalkozó kérdések,
- demográfiai adatok.

A skálát tartalmazó, a sorrendiséget meghatározó kérdéseknél Likert- és szemantikus differenciál skálát alkalmaztak. A kapott adatokat kódolták és SPSS 13 programmal elemezték. 536 értékelhető kérdőívet sikerült feldolgozni. Ez 8,93%-os válaszadási arányt jelentett, mely megfelel az irodalmi adatoknak. A válaszolók 34,9%-a néha túlzónak tartja a vény nélkül kapható gyógyszerek reklámjait. A szakemberek 58,2%-ának a véleménye szerint a lakosság azt a gyógyszert ismeri, amelyet éppen reklámoznak, de a hasonló hatású készítményeket nem. Nem tartja tájékozottnak a betegeket a vény nélküli gyógyszerek ismeretében a válaszolók 45,3%-a, ennek ellenére – tapasztalataik szerint – a betegek túlzottan gyógyszerelik magukat. A válaszadók 57,3%-a állítja, hogy vény nélküli gyógyszer vásárlásánál is az orvos véleménye a meghatározó. A szakemberek 48,3%-a szerint a tanácsadásban és a kommunikációban segíthetnének jobban a vény nélküli gyógyszert vásárlókat. A megkérdezettek 46,6%-a gondolja úgy, hogy nagyobb hangsúlyt kellene fektetni a prevencióra. 41,0%-uk vallja, hogy a betegtájékoztatók mellett a lakoságnak szüksége van a szakemberek tájékoztatójára is. A gyógyszerész kommunikációja alapvető fontosságú. A gyógyító, megelőző munka gondoskodó, interperszonális folyamat, amely sajátos készségek, jártasságok meglétét feltételezi. Fontos, hogy ezeket a készségeket a gyógyszerészek minél jobban elsajátítsák, hogy legyen egy viselkedésszabványjuk, amelynek segítségével a különböző szituációkban maguk választhatják meg, milyen viselkedéselemek a leghasznosabbak.

Az öngyógyszerezés irányítása a gyógyszerésznek talán egyik legfontosabb eszköze a helyes gyógyszer-alkalmazási szokások kialakításában.

Függelék 1.

A válaszadás önkéntes

1. Mi a véleménye a vény nélkül kapható gyógyszerek reklámjairól? (Több válasz is adható.)

- a) informatívak, jól érthetőek, lényegretörők
- b) jók, figyelemfelkeltők
- c) humorosak, hasznosak
- d) néha túlzóak
- e) a legtöbb reklám nem ad pontos tájékoztatást
- f) egy kicsit buták a reklámok, de a céljukat elérik
- g) túl sok a reklám
- h) kevés információt adnak
- i) erőszakosnak tűnnek

2. Az Ön véleménye szerint a páciensek mennyire ismerik az egyes vény nélkül kapható gyógyszereket, mennyire felvilágosultak az öngyógyszerezésben? (Több válasz is adható.)

- a) vannak páciensek, akik rendszeresen nézik a reklámokat, és pontosan tudják, mit szeretnének venni a patikában
- b) vannak páciensek, akik nagyon tájékozottak, és vannak, akik nagyon tájékozatlanok
- c) jól ismerik, tájékozottak
- d) azt a gyógyszert, amelyet éppen reklámoznak, ismerik a betegek, de a hasonló hatású készítményeket nem
- e) az öngyógyszerezésben általában önállóak a betegek, azonban a gyógyszereket kevésbé ismerik
- f) nem tartom felvilágosultnak a betegeket a gyógyszereket illetően, ennek ellenére túlzottan gyógyszerelik magukat
- g) nagyon kevésbé ismerik, tájékozatlanok

3. Ön szerint a vény nélkül kapható gyógyszerek reklámjainak információi mennyire adekvátak a betegek számára? Kérem, értékelje az 1–5-ig terjedő skálán! (5: nagyon, 1: egyáltalán nem)

1 2 3 4 5

4. A) Tapasztalatai alapján a páciensek a vény nélkül kapható gyógyszert milyen arányban kérik pontosan, név szerint, ha az adott készítményt akarják megvásárolni?

- a) 90–100%-ban
- b) 70–90%-ban
- c) 50–70%-ban
- d) 30–50%-ban
- e) 30% alatti arányban

B) Ha a páciens nem ismeri a vény nélkül kapható gyógyszer nevét, akkor a beteg milyen módon kéri a készítményt? (Több válasz is adható.)

- a) mire használható, amelyről a reklámban hallott
- b) a gyógyszer dobozának színét említi
- c) a gyógyszer színét említi
- d) azt kéri, amit a tv-ben reklámoznak
- e) a gyógyszer vélt kezdőbetűjét említi, melyről néha kiderül, hogy nem is a gyógyszer nevének kezdőbetűje
- f) a reklámban látott helyzetet, szereplőt említi

5. Állítson fel fontossági sorrendet, hogy az Ön tapasztalatai alapján a páciensek kinek/minek a tanácsa alapján döntik el, hogy melyik vény nélkül kapható gyógyszert vásárolják meg? (1: legfontosabb, 7: legkevésbé fontos)

- a) orvos tanácsára

- b) gyógyszerész tanácsára
- c) reklámok hatására a médiában
- d) személyes ismerősök (család, barátok, kollégák) javaslatára
- e) saját tapasztalatai alapján
- f) gyógyszerértári reklámok hatására
- g) interneten szerzett információk alapján

6. Milyennek tartja a vény nélküli gyógyszerek esetén a gyógyszerész–beteg együttműködést? Értékelje 1–5-ig terjedő skálán! (5: nagyon jó, 1: nem megfelelő)

1 2 3 4 5

7. Ön szerint mi a legfontosabb a páciensek számára? (Több válasz is adható.)

- a) a megszokott gyógyszerét kapja
- b) biztos gyógyulás
- c) gyors gyógyulás
- d) a hirdetésben szereplő gyógyszert kapja
- e) az ár
- f) az orvos ajánlotta
- g) ajánljának neki valamit, amely már másnak bevált
- h) pozitív megerősítés
- i) tudja a páciens, mit nyer a gyógyszer használatával

8. Ön szerint a vény nélkül kapható gyógyszerek vásárlásánál melyek a betegek számára a legfontosabb szempontok? (Több válasz is adható.)

- a) az expedíáló személyének személyes vonzereje
- b) az expedíáló személyének hitelessége
- c) az expedíáló személyének szakértelme
- d) az expedíáló személyének szavahihetősége
- e) az expedíáló személyének elfoglaltsága

9. Mi alapján dönti el, hogy azonos problémára melyik gyógyszert javasolja a páciensnek? (Több válasz is adható.)

- a) a gyógyszer hatékonysága alapján
- b) a gyógyszer ára alapján
- c) a mellékhatások figyelembevételével
- d) a beteg által szedett más gyógyszerrel való kölcsönhatás alapján
- e) a beteg öltözeke alapján
- f) a beteg kora alapján
- g) a páciens alapbetegségének figyelembevételével

10. Hol lát lehetőséget arra, hogy jobban segítsük a vény nélküli gyógyszert vásárló betegeket? (Több válasz is adható.)

- a) gyógyszerészi gondozás bevezetésében
- b) tanácsadó sarok kialakításában
- c) tanácsadásban és a kommunikációban
- d) türelmes odafigyeléssel segíteni a páciens
- e) a szakértelem érvényesítésében, a hitelességre, illetve a személyes vonzerőre való támaszkodásban
- f) segíteni akkor lehetne többet, ha több időt tudnánk fordítani egy-egy betegre
- g) újságokban, folyóiratokban bővebb tájékoztatásra lenne szükség a páciensek számára
- h) nagyobb hangsúlyt kellene kapnia a prevenciónak
- i) a patikában eddig is minden segítséget megkaptak a betegek

11. A tapasztalata alapján milyen arányban fogadják el a betegek az Ön által felajánlott vény nélkül kapható gyógyszereket?

- a) 90–100%-ban
- b) 70–90%-ban
- c) 50–70%-ban
- d) 30–50%-ban
- e) 30% alatt

12. A gyógyszerértékesítési szolgáltatás során mit tart fontosnak? Állítson fel fontossági sorrendet az alábbiak között: (1: legkevesbé fontos, 10: legfontosabb)

- a) a páciensek megismerése, megértése
- b) megbízhatóság
- c) hozzáértés
- d) udvariasság
- e) kommunikáció
- f) hozzáférhetőség
- g) biztonság
- h) hitelesség
- i) kézzel fogható elemek
- j) figyelmesség

13. Az Ön véleménye szerint a páciensek mennyire ismerik az egyes vény nélkül kapható gyógyszereket, mennyire felvilágosultak az öngyógyszerezésben?

- a) több információra lenne szükségük az interakciókról és mellékhatásokról
- b) több információra lenne szükségük a pácienseknek
- c) megpróbálom a páciens figyelmét felhívni a teendőkre
- d) nem igazán ismerik a gyógyszereket, reklámok alapján vásárolnak
- e) nem nagyon ismerik a gyógyszereket
- f) aki valóban kíváncsi, az kérdez

14. Mennyi időt fordít egy-egy betegre átlagosan a patikában?

- a) 1/2–1 perc
- b) 1–2 perc
- c) 3–5 perc
- d) 5–7 perc
- e) 7 perc felett

15. Mi a véleménye a betegtájékoztatók hasznosságáról, illetve hátrányáról?

- a) szüksége van a betegeknek a szakember tájékoztatójára is
- b) vannak páciensek, akik megijednek a mellékhatások felsorolásától, ezért nem szedik be a gyógyszert
- c) egyre közérthetőbbek a betegek számára

- d) hasznosak a betegtájékoztatók
- e) néha riasztó hatású a páciensekre nézve
- f) a sok mellékhatás felsorolása elbizonytalanítja a betegeket
- g) nagyon hasznosak, de egyszerűbben, rövidebben kellene fogalmazni és nagyobb betűkkel kellene nyomtatni

16. Mit tart fontosnak a gyógyítás során? Kérem, rangsorolja 1–5-ig terjedő skálán! (1: legfontosabb, 5: legkevésbé fontos)

- a) az expedíáló kommunikációs készsége
- b) az orvos–beteg kommunikáció
- c) gyógyszerész–beteg kommunikáció
- d) gyógyító team kommunikációja (orvos–gyógyszerész)
- e) egyéb:

17. Melyik csoportba sorolná magát? Kérem, jelölje meg a leginkább jellemzőt!

- a) kiváló szolgáltatást nyújt a pácienseknek, szívesen ajánlja a helyettesítő termékeket
- b) a patikában nem tartja helyénvalónak a reklámozást, ritkán javasol helyettesítő készítményeket
- c) minél kevesebb szolgáltatást nyújt a betegeknek, nem szívesen javasol helyettesítő készítményt
- d) fontosnak tartja a marketinget, a vevők igényeinek megfelelő választékot tartja a gyógyszerértékesítőben, meg van győződve a reklámozás fontosságáról

18. Mi a beosztása a gyógyszerértékesítőben?

- a) asszisztens
- b) szakasszisztens
- c) gyógyszerész
- d) szakgyógyszerész
- e) gyógyszerértékesítő

19. Hány éves?

Neme:

- a) nő
- b) férfi

20. Hol dolgozik?

- a) Budapesten
- b) vidéki nagyvárosban, melynek lakossága 50 ezer főnél nagyobb
- c) vidéki városban, melynek lakossága 10 ezer és 50 ezer fő közötti
- d) vidéki településen, melynek lakossága 5 ezer és 10 ezer fő közötti
- e) vidéki településen, melynek lakossága 5000 fő alatti

vény nélkül kapható gyógyszerek reklámjairól és az ezeket vásárló emberek ismereteiről, tájékozottságáról. Elemzésünkben arra keressük még a választ, hogyan lehetne a lakosságot jobban, eredményesebben segíteni az öngyógyszerezésben.

Módszerek

Mérés: A kvantitatív primer kutatást kérdőíves megkérdezéssel végeztük.

Kérdőív: A kérdőív összeállításánál három szem-

pontot vettünk figyelembe. Először is az igényelt információt olyan specifikus kérdésekként kellett megfogalmaznunk, amelyekre a megkérdezettek tudnak és akarnak is válaszolni. Ezenkívül a megkérdezetteket motiválni kívántuk arra, hogy teljes egészében megválaszolják a kérdőívet, valamint minimalizálnunk kellett a hibás válaszadás lehetőségét [2].

Első lépésként olyan kérdőívet állítottunk össze, amely 10 nyitott kérdésből állt. Ezt patikában dolgozó 50 személlyel töltettük ki. Az ő válaszaik alapján szerzett tapasztalatok segítségével állítottuk össze a végleges kérdőívet, mely 20 kérdésből állt (**Függelék 1.**).

A kérdésekre kapott válaszokat statisztikai módszerekkel elemeztük. Ezek közül az ún. leíró statisztikákat, a keresztábrás vizsgálatokat, illetve a statisztikai hipotézis-vizsgálatokat alkalmaztuk. A statisztikai vizsgálatokat SPSS 13.0 programcsomaggal végeztük. A gyakorisági tábla a megfigyelések számát, százalékos és kumulált százalékos megoszlását mutatja minden változó esetében [2]. A keresztábra két vagy több változó gyakorisági eloszlásának összevonása egy táblába [2]. Hipotézisvizsgálattal azt is kutattuk, hogy a szakmai kérdésekre (*kérdőív 1–20 kérdés*) adott válaszokban van-e különbség nem, kor, beosztás és a különböző településeken dolgozó kollégák véleménye, tapasztalata szempontjából. Ez utóbbiakkal kapcsolatban az alábbiakban csak azokat az eredményeket közöljük, ahol szignifikáns eltérést találtunk a válaszokban. A szignifikancia-szint 5%. A hipotézisvizsgálatot khi-négyzet próbával végeztük, szükség esetén Yates-korrektúrával.

A vizsgálat főbb adatai

2005–2006-ban 6000 db kérdőívet juttattunk el – levél kíséretében – magyarországi gyógyszerárakba. Ennek a gyakorlati megvalósításában segítettek a Gyógyszertár és Pirulatrend című újságok szerkesztői. A kérdőíveket postán, illetve személyesen gyűjtöttük össze. A válaszadás önkéntes alapon történt, gyógyszerárvezetők, beosztott gyógyszerészek és asszisz-

tensek válaszoltak a kérdésekre. 536 kérdőívet sikerült értékelni, vagyis a megkérdezettek 8,93%-a adott értékelhető választ. A válaszolók kora 19 és 75 év közötti, a középérték 45,9 év volt. A nők és a férfiak aránya 4,2 : 1.

A válaszadók 62%-a gyógyszerész végzettségű, 38%-a asszisztens képesítéssel rendelkezik. A válaszadók 33,0%-a gyógyszerárvezetőként dolgozik, 19,0% rendelkezik szakvizsgával. Szakasszisztensek 24,0%-ban töltötték ki a kérdőívet.

Eredmények

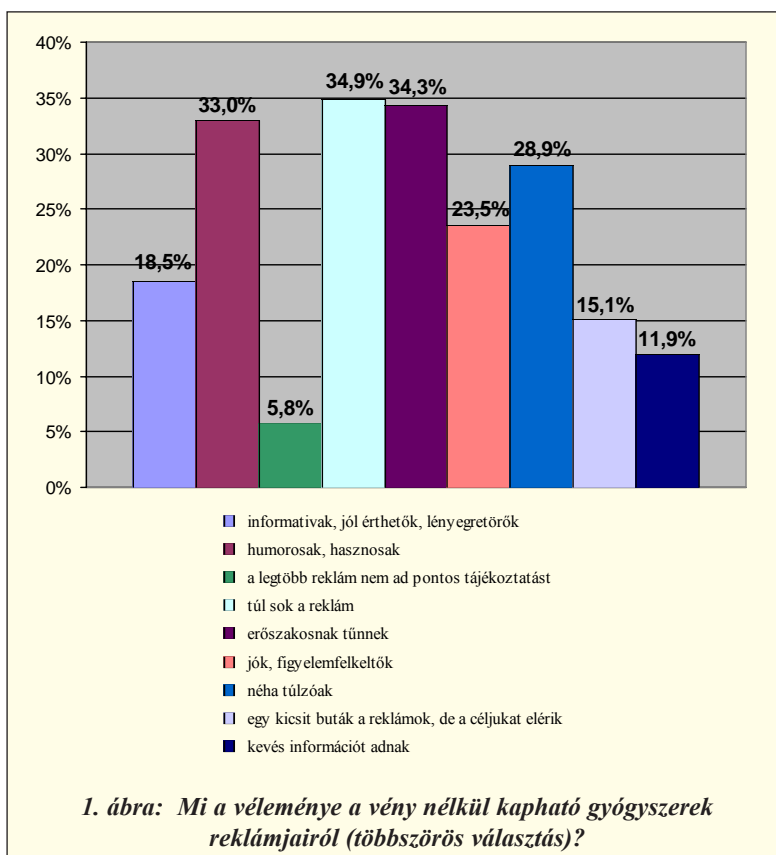
A kutatási eredmények összefoglalásánál csak azokat a következtetéseket említjük, ahol szignifikáns eltérést találtunk a válaszokban.

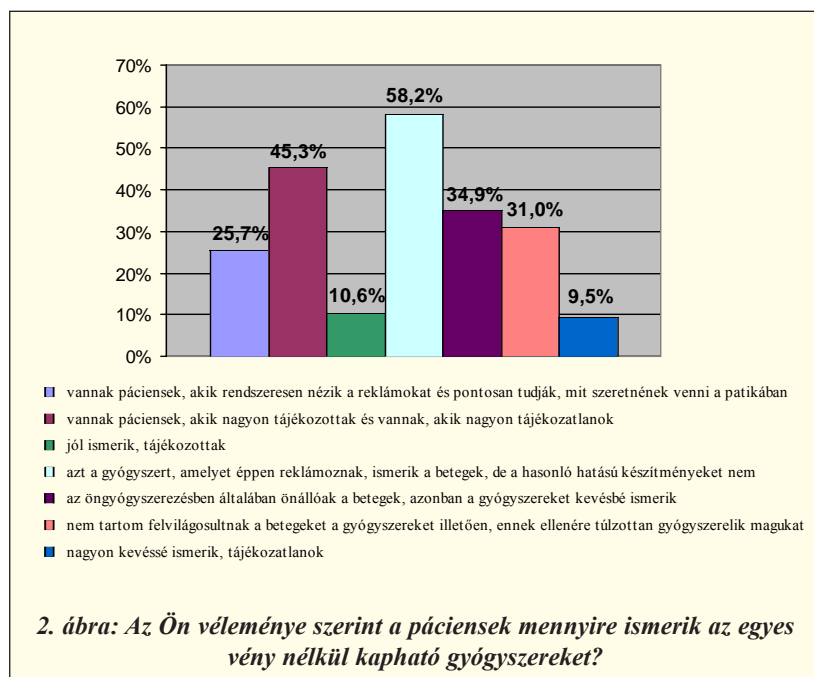
Vélemények a vény nélküli gyógyszerek reklámjairól

A reklámokat jónak, figyelemfelkeltőnek tartja a városban dolgozó gyógyszerészek 35–39%-a, azonban a kis településen dolgozóknak csak 17,3%-a gondolja így. A legnagyobb arányban (27,1%-ban) a szakasszisztensek tartják informatívnak, jól érthetőnek a reklámokat, míg a patikavezetők csupán 13,4%-ban. A szakasszisztensek 46%-a, míg a szakgyógyszerészek 39%-a véli a reklámokat néha túlzónak. A férfiak az átlagnál nagyobb arányban (34,3%-ban) gondolják úgy, hogy a legtöbb reklám nem ad pontos tájékoztatást. A kis településeken dolgozó gyógyszerészek 61,3%-ban ítélik úgy, hogy a legtöbb reklám nem ad pontos tájékoztatást. A patikavezetők 37,2%-ának az a véleménye, hogy túl sok a reklám. Az életévek növekedésével egyre nagyobb arányban tartják a reklámokat erőszakosnak. Az **1. ábra** a szakemberek véleményét ábrázolja a vény nélküli gyógyszerek reklámjairól.

Mennyire felvilágosultak a betegek az öngyógyszerezésben?

A szakemberek több mint kétharmadának az a tapasztalata, hogy a betegek nem ismerik kellő mértékben a vény nélkül kapható gyógyszereket, ennek ellenére túlzottan gyógyszerelik magukat. Ez tükröződik az 50 ezer főnél kisebb településeken dolgozó szakemberek véleményében is. A férfi válaszadók 45,3%-a szerint vannak betegek, akik nagyon tájékozottak, és vannak, akik meglehető-





sen tájékozatlanok. Az asszisztensek, szakasszisztensek az átlagnál nagyobb arányban vélekednek hasonlóképpen. A kor előre haladtával az egyes korcsoportoknak egyre inkább az a meglátása, hogy a betegek nem ismerik jól a gyógyszereket és tájékozatlanok. A budapesti patikákban dolgozók nagyobb arányban (22,4%) tartják a betegeket tájékozottnak, ezek véleménye szerint a betegek jól ismerik a gyógyszereket.

A kisebb települések gyógyszerészeinek véleménye szerint az öngyógyszerezésben általában önállóak a betegek, azonban a gyógyszereket kevésbé ismerik. A szakgyógyszerészek és asszisztensek tartják a legnagyobb arányban – mintegy 40%-ban – felvilágosultlannak a betegeket, ennek ellenére az a véleményük, hogy túlzottan gyógyszerelik magukat. A válaszadó nők közül négyszer annyian gondolkodnak így, mint a férfiak. A középkorú válaszadók véleménye (14,9%-ban), hogy a betegek alig ismerik a gyógyszereket, tájékozatlanok.

A **2. ábra** mutatja a válaszadók összegzett véleményét a lakosság öngyógyszerezéséről.

A gyógyszerreklámok információinak megfelelősége

A gyógyszerészek és szakasszisztensek azonos arányban (35%-ban) tartják jónak a reklámok információértékét. Ezen belül leginkább a nagyvárosban dolgozó kollégák értékelik jónak a reklámokat, 38,6%-ban. A nők 57,3%-a, a férfiak 42,7%-a jónak ítéli a reklámok információit.

A patikavezetők 14%-a szerint a reklámok megfelelősége közepes. Legnagyobb arányban az asszisztensek tartják közepesen megfelelő-

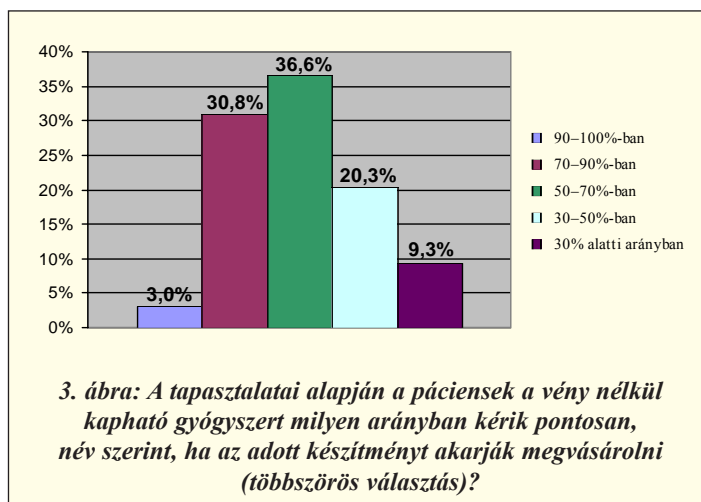
nek a gyógyszerreklámok információit (64,5%-ban), míg a 10–50 ezer fős településen dolgozó szakemberek véleménye 65,9%-ban hasonló. A férfiak és nők azonos arányban (3,8%-ban) tartják kiválónak a reklámok információit, a szakasszisztensek 8,5%-a vélekedik ugyanígy. A kistelepüléseken dolgozó kollégák 8%-a a reklámokat jelesnek értékeli, a patikavezetők és a gyógyszerészek mintegy 5%-ának azonban az a véleménye, hogy a reklámok információi rosszak. A 10 ezer főnél kisebb lélekszámú településen 10,5%-uk, míg Budapesten 4,0%-uk gondolja úgy, hogy a reklámok nem megfelelőek. Kétszer annyi férfi kolléga értékeli a reklámokat szakmailag rossznak, mint a női kollégák.

Milyen arányban kéri a lakosság a vény nélküli gyógyszereket pontosan, név szerint?

A válaszadó gyógyszerészek **7,1%-a** szerint a betegek nagy arányban (90–100%-ban) kéri pontosan, név szerint a vény nélküli gyógyszereket. A 10–50 ezer fős településeken dolgozó gyógyszerészek közel 3%-ának is ez a tapasztalata.

Legnagyobb arányban (34,4%-ban) a középkorú kollégák véleménye, hogy a páciensek 70–90%-ban ismerik pontosan, név szerint azt a gyógyszert, amelyet éppen meg akarnak vásárolni. A szakgyógyszerészek 40,4%-ának is ez a tapasztalata, hasonló véleményen vannak az 50 ezer főnél nagyobb lakosságú városokban dolgozó szakemberek (40,3%-ban), illetve a fiatal kollégák 50,5%-ának is ez a véleménye.

A gyógyszerészek 54,5%-ának tapasztalata alapján a lakosság 50%–70%-ban tudja pontosan, név szerint, hogy milyen vény nélküli gyógyszert szeretne megvá-



sárolni. A 10 ezer főnél kisebb településen dolgozó szakemberek több mint 40%-a gondolja így. A 65 év feletti szakemberek 35,7%-a tapasztalta úgy, hogy a páciensek 30–50%-a tudja csak pontosan, név szerint a vény nélkül kapható gyógyszer nevét. A patikavezetők kisebb százalékban (19,2%) tapasztalják ezt, míg a budapesti szakemberek 28,0%-ban.

Az 55–65 éves korosztályú válaszadók 11,9%-a szerint a lakosság alig 30%-a tudja megnevezni a vény nélküli gyógyszert. Ugyanezen a véleményen van a patikavezetők 11,0%-a, illetve az 5 ezer fő alatti településeken dolgozó kollégák 16,0%-a (3. ábra).

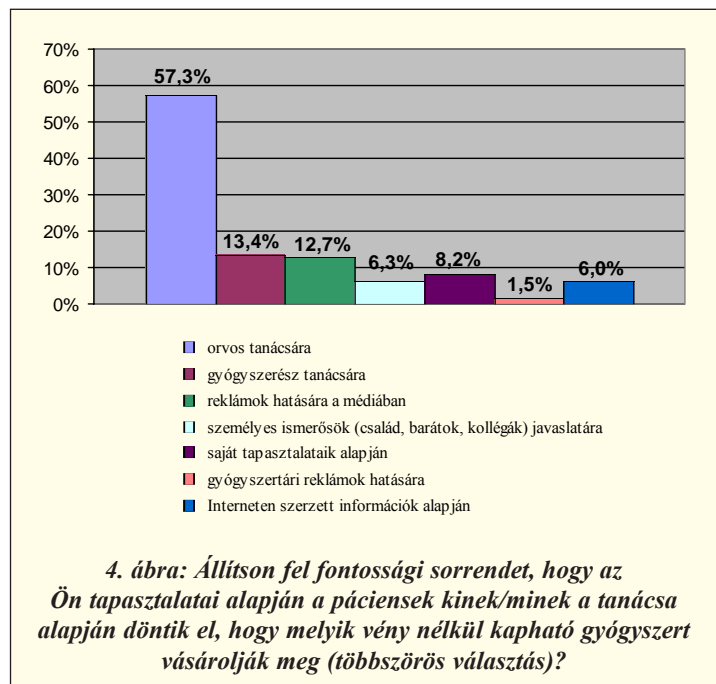
Segítség a vény nélküli gyógyszerek választásánál

A betérő betegek egyre nagyobb része vált ki vény nélküli gyógyszert, ezáltal az orvos igénybevétele nélkül kezd öngyógyításba. Ezért a gyógyszerész tevékenységének súlypontja a betegnek nyújtott információra és tanácsadásra helyeződik át.

A beteg a patikában a gyógyszerre vonatkozó információ közlését számára érthető módon várja. Mivel a betegségéhez kapcsolódó szituációban kiszolgáltatott – hiszen nem, vagy csak korlátozottan ismeri, érti az okokat, a gyógyuláshoz vezető lehetőségeket –, rendszerint bizonytalan és információra éhes [1]. A magyar viszonyokat a 4. ábra mutatja.

Mi lehet a legfontosabb a lakosság számára a vény nélküli gyógyszerek vásárlásánál?

Egy felmérés szerint a lakosság 60%-a a mellékhatásokkal kapcsolatos információt szeretné hallani; 51%-uk pedig azt szeretné megtudni, hogy mit kell tennie a helyes gyógyszerelés érdekében. Arra a kérdésre, hogy a gyógyszerészeknek miért nem tettek fel kérdéseket, holott információra lett volna szükségük, a leggyakoribb okként a zavartságot és a tudatlanságot említették [6]. A gyógyszerértékesítési szakbizottság körében végzett felmérésünkben a betegek számára legfontosabbnak tartott szempontokra vonatkozó adatokat az I. táblázatban összegeztük.



A gyógyszerészek milyen lehetőséget látnak arra, hogy jobban segítsék a vény nélküli gyógyszert vásárlókat?

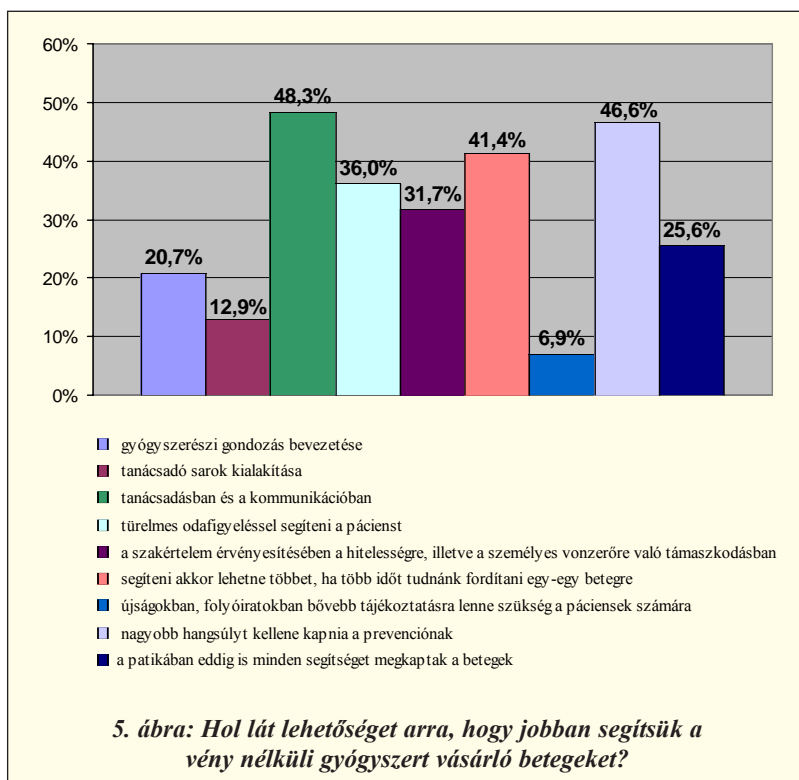
Az 50 ezer főnél nagyobb lélekszámú településeken dolgozó szakemberek 29,0%-a szerint a gyógyszerészeti gondozás bevezetésével segíthetnének jobban a vény nélküli gyógyszert vásárló betegeket. Hasonlóképpen formáltak véleményt a 65 év feletti gyógyszerészek is. Az 55 év alatti korosztályok több mint fele úgy gondolja, hogy a tanácsadásban és a kommunikációban tudnánk a leghatékonyabban segíteni a lakosságot. Ez a helyes út a 10 ezer főnél nagyobb lélekszámú településen dolgozó szakemberek többsége szerint is.

A női kollégák 39%-ának véleménye, hogy a betegeket jobban segíthetnének türelmes odafigyeléssel. Ezen a véleményen van az asszisztensek, szakasszisztensek 45,0%-a, illetve a 10–50 ezer lélekszámú településeken dolgozó szakemberek 43,5%-a.

A férfi kollégák 44,7%-ának az a véleménye, hogy a szakértelem érvényesítésében a hitelességre, illetve a személyes vonzerőre való támaszkodással jobban segíthetnének a betegeket. Ez a véleménye közel 40%-ban a szakasszisztenseknek és a patikavezetőknek is. Az asszisztensek 56,6%-ának pedig az a véleménye, hogy

I. táblázat
Ön szerint a vény nélkül kapható gyógyszerek vásárlásánál melyek a betegek számára a legfontosabb szempontok (többszörös választás)?

az expedíáló személyének személyes vonzereje	az expedíáló személyének hitelessége	az expedíáló személyének szakértelme	az expedíáló személyének szavahihetősége	az expedíáló személyének elfoglaltsága
27,8%	50,2%	75,9%	19,6%	9,9%



akkor lehetne a választásukban jobban segíteni a betegeket, ha több időt tudnánk fordítani rájuk.

A 35 évnél fiatalabb szakemberek 17,4%-ának az a véleménye, hogy újságokon, folyóiratokon keresztül bővebb tájékoztatást lehetne nyújtani, amelyre a pácienseknek szükségük van. A gyógyszerészek 14,5%-ának szintén ez a véleménye.

A 10 ezer főnél nagyobb lélekszámú településen dolgozó szakemberek, illetve a női kollégák több mint felének véleménye szerint nagyobb hangsúlyt kellene kapnia a prevenciónak. A kollégáknak – koruk előre haladtával egyre inkább (14,7% → 50%) – az a véleménye, hogy a patikákban a betegek eddig is minden segítséget megkaptak (5. ábra).

A szakemberek véleménye a beteg-tájékoztatók hasznosságáról

Bár a vény nélküli gyógyszerek dobozában részletes információk olvashatók, a betegek 3,4%-a ritkán vagy soha nem olvassa el azokat. Ez a szám kicsinek tűnik, de ha hozzávesszük azt is, hogy a betegek 10%-a vallja, hogy csak néha olvassa el a tájékoztatót, akkor ez már igen magas arány [8]. És mi a véleménye a szakembereknek a beteg-tájékoztatókról?

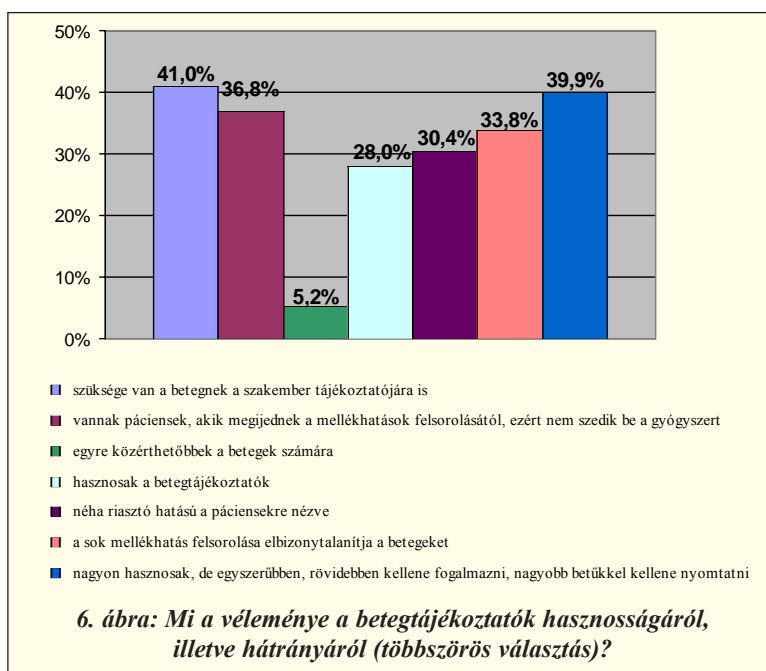
A 10–50 ezer fős és az 50 ezer főnél nagyobb településen dolgozó szakemberek közel felének az a véleménye, hogy az írásos tájékoztató mellett szüksége van a betegeknek a szakemberek tájékoztatójára

is. A férfiak 48,5%-ának, míg a nők 33,9%-ának az a tapasztalata, hogy vannak páciensek, akik megijednek a várható mellékhatásoktól, ezért nem szedik be a gyógyszert. Hasonlóan vélekedik a 10 ezer főnél kisebb településen dolgozó szakemberek közel fele is. A női válaszolók 6,2%-a, a férfiak 1,0%-a szerint a beteg-tájékoztatók egyre közérthetőbbek a lakosság számára. Az 50 ezer főnél nagyobb lélekszámú településen dolgozó szakemberek 9,7%-ának ugyanaz a véleménye. A gyógyszerészek 43,6%-a és a szakgyógyszerészek 34,6%-a szerint a beteg-tájékoztatók néha riasztó hatásúak a lakosság számára. Hasonló a véleménye a budapesti szakemberek 44,8%-ának és az 5 ezer főnél kisebb településen dolgozók 45,3%-ának. A patikavezetők 41,3%-a, illetve a szakgyógyszerészek 38,5%-a ítéli úgy, hogy a sok mellékhatás felsorolása elbizonytalanítja a betegeket.

A szakemberek koruk növekedésével egyre inkább hasznosnak tartják a beteg-tájékoztatókat – az 55–65 éves korosztály 47,8%-ban, a 65 év feletti korosztály pedig már 64,3%-ban –, de meglátásuk szerint egyszerűbben, tömörebben kellene azokat megfogalmazni, és nagyobb betűkkel kellene nyomtatni (6. ábra).

Megbeszélés

Az öngyógyszerezés vény nélkül kapható orvossággal gazdaságos terápia, melynek azonban korlátai



vannak. Ugyanis egyre nő a lakosság által elérhető vény nélküli gyógyszerek száma. Ezek közül a legkevesebbek – a betegek közel 90%-ának körében – a láz- és fájdalomcsillapítók [3]. A vény nélküli hozzáférhetőség növekedése a pácienseket arra biztathatja, hogy gyengélkedésük esetén is egyre gyakrabban használják ezeket a szereket [10].

A fő tényező, amely befolyásolja a lakosság nagy részét abban, hogy hol vásárolja meg vény nélküli gyógyszerét, elsősorban a kényelem, a költségek és a hiteles szakértői tanácsok hozzáférhetősége [9].

Az egészségügyi szakma felismerte, hogy szükségesek olyan egyedülálló készségek, melyek segíthetik a betegek életminőségének javulását. E cél elérése érdekében a gyógyszerészek komoly erőfeszítéseket tesznek és arra törekszenek, hogy a lakossági elvárásoknak minél inkább megfeleljenek. A gyógyszerészi hivatásnak tehát fontos feladata, hogy megfelelően reagáljon a lakosság információs szükségleteire [11].

Az officinai gyógyszerész, aki mindennap érintkezik a beteggel és rendelkezik a terápiában használt gyógyszerek hatékony és teljes körű fegyvertárával, fel tudja mérni saját gyógyszerelési javaslatainak eredményét, különösen a krónikus gyógyszereszedők csoportjában. Abban az előnyös helyzetben van, hogy képes segíteni a betegeket a szelektálásban, a megfelelő gyógyszer kiválasztásában és használatában. Mivel a betegek felvilágosítása is a szakmai jövő kulcsa, a gyógyszerészi gondozás sem a gyógyszerészt, sem a beteget nem tekinti passzív befogadónak, a terápiás utasításokat egyszerűen tudomásul vevő és elfogadó félnek, hanem mindkettő aktívan közreműködik a gyógyszer kiválasztásában [5]. Ez a kutatás felhívja a figyelmet arra, hogy a gyógyszerészeknek milyen fontos szerepe van az öngyógyszerezésben, a gyógyszerészi gondozásban. Jól látható a szakma véleménye, miszerint a reklámok néha túlzóak, és a legtöbb reklám nem ad pontos tájékoztatást.

A lakosság nagy része csak azt a gyógyszert ismeri, amelyet éppen reklámoznak, de a hasonló hatású készítményekről nem hallott. A kép vegyes, vannak emberek, akik nagyon tájékozottak a vény nélküli gyógyszerekkel kapcsolatosan, de vannak nagyon tájékozatlanok is.

A lakosság mintegy 50–70%-ban tudja pontosan, név szerint, hogy milyen vény nélküli gyógyszert szeretne megvásárolni. Azonban nem igazán ismerik a vény nélküli gyógyszereket, csupán a reklámok hatására hozzák meg döntéseiket, ezért a kívánt hatás elmarad. Emiatt a szakember tanácsa nélkül a gyógyszerek imázsa bizonytalanra válik, illetve negatív lesz. Szakszerű információ, tanács nélkül a beteg egyedül a kísérőcécula ismertetésére hagyatkozhatna és ez alapján egyedül kellene meghoznia a felelős, egészségét is befolyásoló döntését. Ezért a betegek jogos elvárása, hogy behatóan és intenzíven foglalkozzanak velük, és

szakmailag megalapozott segítséget kapjanak állapotuk javítása, fájdalmuk csökkentése érdekében. Ez a gyógyszerészi gondoskodás a gyógyszerészi munka egyik legfontosabb mozzanata. Tehát a gyógyszerek hatásával és mellékhatásával többet kell foglalkozni, emellett a gyógyszerek helyes dózísának megállapítására és a betegekkel való érintkezésre nagyobb gondot kell fordítani [5].

Mit tehetnénk közösen a lakosságért? Szükséges a lakosság figyelmét felhívni arra, hogy célszerű az első vény nélküli gyógyszer vásárlásánál tanácsot kérni szakembertől, és ne a reklámok hatására vásároljanak. Emellett ki kellene dolgozni hatásos algoritmusokat az öngyógyszerezés területén. Továbbá nagyon fontos lenne az informatikai fejlesztés, mely lehetővé tenné a gyógyszerértári és az orvosi adatbázisok összekapcsolását, így pontos képet kaphatnánk egy-egy beteg teljes körű gyógyszeres terápiájáról. A gyógyszerésznek tehát nem csupán kiváló kommunikátornak kell lennie, de ismernie kell a reklámokat, valamint a meggyőzés pszichológiájának legújabb elveit és eredményeit.

IRODALOM

1. Németh E., Horváth A.: Kommunikáció és lélektan a gyógyszerértárban, Dictum Kiadó, Budapest, 2003, 13., 15., 20. old. – 2. Malhotra N. K.: Marketingkutató, Műszaki Könyvkiadó, 2001, 548., 394., 564. old. – 3. Amoako, E. P., Richardson-Campbell, L., Kennedy-Malone, L.: Self-medication with over-the-counter drugs among elderly adults, J. of Gerontological Nursing, 29, No. 8. Aug. 2003. 10. p. – 4. Wazafy, M., Shields, E., Hughes, C. M. and McElney, J. C.: Societal perspectives on over-the-counter medicines, Family Practice, 2, 22, Apr. 2005. 175. p. – 5. Stájer Géza: A kígyó metamorfózisa, Magyar Gyógyszerészeti Társaság, Budapest, 2002, 67. 71. old. – 6. Chewning, B. and Schommer, J. C.: Increasing clients' knowledge of community pharmacists' roles, Pharmaceutical Research, 13, No. 9. 1996, 1303. p. – 7. Wazafy, M., Shields, E., Hughes, C. M. and McElney, J. C.: Societal perspectives on over-the-counter medicines, Family Practice, 2, 22, Apr. 2005, 171. p. – 8. British Market Research Bureau. Everyday healthcare study: Proprietary Association Great Britain; 1987. – 9. Porteous, T., Bond, C., Hannaford, P. and Sinclair, H.: How and why are non-prescription analgesics used in Scotland? Family Practice 22. 1. Feb. 2005, 83. p. – 10. Hughes, C.: Monitoring self-medication. Expert Opin Drug Saf 2003, 2.: 1–5. p. – 11. Chewning, B. and Schommer, J. C.: Increasing clients' knowledge of community pharmacists' roles, Pharmaceutical Research, 13, No. 9., 1996, 1299. p. – 12. Németh E., Horváth A., Major Cs.: New challenge in the communication of healing: The increasing effects of advertisements Psychology & Health 2006, 21. 2006. August. 110. p.

Cs. Major, Z. Vincze, Mrs. A. Meskó, J. Balogh, E. Németh: *Self-medicating in Hungary – from professional point of view*

The primary purpose of this study is to survey the chemist's attitude to self-medicating, to survey their opinion about the advertisements of over-the-counter and the people's familiarity and knowledge buying them. It helps to define how the population could be supported better at buying over-the-counter.

They collected data in the chemist's of Hungary. 6000 questionnaire were handed out with the help of professional magazines called Gyógyszertár, Pirulatrend. The questionnaire consisted of 5 topics:

- a) advertisements of over-the-counter
- b) questions referring to self-medicating
- c) patient-chemist communication
- d) dealing with the utility of medicine's informing
- e) demographical data.

At questions containing scale they used Linkert and semantic differential scale. They coded the obtained data and analyzed with SPSS 13 program. They managed to process 536 questionnaires. It meant 8,93% response proportion which meets the literary data.

34,9% of the repliers find the advertisements of over-

the-counter exaggerating. According to experts the population only knows the advertised medicine but not those of similar effect. The repliers (45,3%) don't considerate patients well-informed about medicines, although they think medicate themselves. 57,3% claim that the doctor's opinion is determinative at buying over-the-counter. According to experts they could help costumers with advices and communication when buying over-the-counter (48,3%).

Prevention should be emphasized (46,6%). Beside the medicine's informing patients need experts' information too (41,0%).

The pharmacist's communication is essentially important. The curing, prevention work is a caring interpersonal process, which postulates the presence of skills. It is important to acquire these skills the better they can to have a behaviour repertory of which help in different situation they can choose ourselves what behaviour elements are the most useful. The controlling of self-medicating may be one of the most important means of pharmacy in creating proper medicant-application habits.

Semmelweis Egyetem ¹*Egyetemi Gyógyszertár Gyógyszerügyi Szervezési Intézet, Budapest, Hógyes E. u. 7–9. – 1092;*
²*Magatartástudományi Intézet, Budapest, Nagyváradi tér 4. – 1089*

MEGHÍVÓ

A Szegedi Tudományegyetem Gyógyszerésztudományi Kara
meghívja oktató gyógyszerészeit

a

Fórum az oktató gyógyszerészeknek

című rendezvényére

(a rendezvény a továbbképzési programban akkreditált)

A Fórum helye: Szeged, Eötvös u. 6. (Gyógyszerésztudományi Kar, II. tanterem)

Időpontja: 2007. április 21. 10 óra

A részletes program megtekinthető a Kar honlapján: www.pharm.u-szeged.hu

Tisztelettel kérjük a Kollegákat, hogy részvételi szándékukat **április 15-ig** visszajelezní szíveskedjenek.
Tel.: 62-545-571 ill. e-mail: csanyi@pharm.u-szeged.hu

Prof. dr. Fülöp Ferenc
dékán

Dr. Csányi Erzsébet docens
tantárgyfelelős